



**UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
FACULDADE DE PLANALTINA- DF
CURSO DE GESTÃO AMBIENTAL**

MARÍLIA GUIMARÃES DE PAIVA SOARES

**DISCUTINDO A DIMENSÃO AMBIENTAL NA GESTÃO DE
COOPERATIVAS DE AGRICULTURA FAMILIAR:
ELABORAÇÃO DE UM GUIA ORIENTADOR**



MARÍLIA GUIMARÃES DE PAIVA SOARES

**DISCUTINDO A DIMENSÃO AMBIENTAL NA GESTÃO DE
COOPERATIVAS DE AGRICULTURA FAMILIAR:
ELABORAÇÃO DE UM GUIA ORIENTADOR**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao curso de Gestão
Ambiental como requisito parcial à
obtenção do título de bacharel em
Gestão Ambiental.

Orientador: Dr. Mário Lúcio de Ávila

Soares, Marília Guimarães de Paiva. Discutindo a dimensão ambiental na gestão de cooperativas de agricultura familiar: Elaboração de um guia orientador/ Marília Guimarães de Paiva Soares. Planaltina - DF, 2015. 50 f.

Monografia - Faculdade UnB Planaltina, Universidade de Brasília. Curso de Bacharelado em Gestão Ambiental.

Orientador: Prof. Dr. Mário Lúcio de Ávila

1.Agricultura Familiar 2.Cooperativismo 3.Guia Orientador. Soares, Marília Guimarães de Paiva. Discutindo a dimensão ambiental na gestão de cooperativas de agricultura familiar: Elaboração de um guia orientador.

MARÍLIA GUIMARÃES DE PAIVA SOARES

**DISCUTINDO A DIMENSÃO AMBIENTAL NA GESTÃO DE
COOPERATIVAS DE AGRICULTURA FAMILIAR:
ELABORAÇÃO DE UM GUIA ORIENTADOR**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Gestão Ambiental da
Faculdade UnB Planaltina, como requisito parcial à obtenção do título de bacharel em
Gestão Ambiental. Banca Examinadora:

Planaltina-DF, 10 de dezembro de 2015.

Prof. Dr. Mário Lúcio de Ávila
(Orientador)

Prof. Dr. Irineu Tamaio
(Examinador interno)

Prof. Dr. Carolina Lopes Araújo
(Examinadora interna)

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho a vocês que sempre me fizeram acreditar na realização dos meus sonhos e me incentivaram muito para que eu pudesse realizá-los, minha família.

AGRADECIMENTOS

Agradeço em primeiro lugar, àquele que permite que todas as coisas se concretizem, Deus, por estar comigo em todos os momentos, sendo meu refúgio e fortaleza.

Em segundo lugar agradeço a todas as pessoas que direta ou indiretamente contribuíram para a construção dos meus valores, meus pais, avós, irmã, namorado, os mestres do passado e todos que compartilharam um pouco da minha vida acadêmica.

De forma especial agradeço minha mãe Maria América, por me incentivar e acreditar na minha capacidade, pelo apoio constante em todas as etapas da minha vida. Seu cuidado e dedicação me deram força e esperança para continuar, serei eternamente grata por tudo. Agradeço também minha irmã Juliana, pela sua amizade, companheirismo e exemplo, por ir sempre à minha frente, desbravando os caminhos e descobrindo novos mundos, abrindo meus horizontes, me ensinando a caminhar e dar o passo mais certo. A vocês não tenho e nunca teria palavras o suficiente para agradecer tudo que fizeram e fazem por mim.

Não poderia deixar de agradecer o meu pai Rosivaldo, que em meio a distância física sempre acreditou em mim, me mandando energias positivas para que eu pudesse concluir mais essa etapa da minha vida.

Quero agradecer também meu namorado Paulo Sávio, pessoa com quem amo partilhar a vida. Obrigada pelo carinho, amor, paciência e por sua capacidade de me trazer paz na correria de cada semestre.

Ao meu amigo fiel Willy, pelos “lambeijos”, pela companhia e amor dedicado, pelos stress tirado de mim nos momentos mais difíceis.

A minha Avó Dinalva, por todas as orações e pelo apoio diário, exemplo de honestidade e sabedoria, pessoa de grande importância na minha formação.

A todos os professores do curso de Gestão Ambiental, que foram tão importantes na minha vida acadêmica e no desenvolvimento desta monografia. Em especial o professor Mário Ávila, pela paciência nas orientações, incentivos que tornaram possível a conclusão deste trabalho, pela confiança e oportunidade.

Quero agradecer também minha amiga Carla Silva, pela amizade e cumplicidade ao longo da graduação, por me apoiar na realização dos meus projetos, e por compartilhar dos meus sonhos, sem você muitas coisas não seriam possíveis, com você pude viver uma grande história de amizade. A amiga Ravana Marques, por compor esse trio de cazeiras que se fortaleceu ao longo desse anos de amizade, obrigada pelo incentivo e apoio constante, pela amizade e momentos maravilhosos que vivemos juntas.

Agradeço também a amiga Kelly Alves, pelas conversas e saberes trocados, nossos momentos são e sempre serão únicos, obrigada por me ensinar a ver a vida com mais amor e gratidão.

A minha banca examinadora, prof. Irineu Tamaio e Carolina Araújo, que cedeu uma parte do seu tempo para contribuir com meu trabalho.

As cooperativas que me atenderam prontamente na minha pesquisa, meu muito obrigada!

É difícil agradecer todas as pessoas que de alguma maneira fizeram ou fazem parte da minha vida, é uma missão árdua mencionar todos individualmente, mas aos que fizeram parte dessa conquista, recebam com carinho o meu muito obrigada e saibam que sem vocês não seria possível a realização deste trabalho.

RESUMO

A identificação de uma lacuna de materiais formativos para as cooperativas da agricultura familiar atendidas pelo Programa Mais Gestão, desenvolvido pelo Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA) junto às Organizações Econômicas da Agricultura Familiar (OEAF's) foi o ponto de partida deste trabalho. Um material educativo, com orientações claras e significativas para as cooperativas de produtores da agricultura familiar, representa um aspecto importante para o desenvolvimento das atividades comerciais destas organizações frente ao meio ambiente e o desenvolvimento rural. O objetivo, portanto, foi elaborar um guia orientador, visando um processo de comunicação que fosse acessível aos produtores organizados em cooperativas e associações de agricultores familiares. As etapas de elaboração do guia orientador consistiram na identificação das demandas das cooperativas, seleção dos temas mais citados pelos entrevistados para a revisão e aprofundamento teórico e elaboração do guia propriamente dito. Utilizou-se de um questionário de múltipla escolha para o levantamento das demandas e o índice de resposta foi de 22% das cooperativas. O conteúdo do guia orientador foi elaborado com bases científicas, porém com uma linguagem acessível ao público alvo. Três temas foram abordados: marketing ambiental para cooperativas de agricultura familiar, produção orgânica e água e solo: uso e conservação. A elaboração do produto final foi feito mediante assessoria de um profissional da área gráfica. Este guia orientador traz ideias para auxiliar as práticas produtivas dos cooperados, ajudando a produzir, respeitando e conservando a natureza de modo integrado.

Palavras- chave: Agricultura Familiar, Cooperativismo, Guia Orientador.

ABSTRACT

The identification of a lack of training materials for the cooperatives of family farms served by the Programa Mais Gestão program, developed by the MDA (Ministry of Agrarian Development) with the OEAF (Organizações Econômicas da Agricultura Familiar) was the starting point of this work. An educational material, with reliable and meaningful guidelines for cooperatives of family farmers, is an important aspect for the development of business activities of these organizations towards the environment and rural development. The goal, therefore, was to prepare a booklet, aimed at an effective communication process with farmers organized in cooperatives and farmers associations. The elaboration stages of the booklet consisted in identifying the demands of the cooperatives, selection of the topics mentioned by respondents to the review and theoretical deepening and development of proper booklet. We used a multiple choice questionnaire to survey the demands and the response rate was 22% of the cooperatives.

The content of the booklet was prepared on scientific basis, but with a language accessible to the target audience. Three themes were discussed: marketing and environmental responsibility, conservation of soil and water in an integrated way and all with collective approaches and organic production. The preparation of the final product was made by advice of a graphical expert. This booklet brings ideas to assist the productive practices of the cooperative, helping to produce respecting and conserving nature in an integrated way.

Key words : Family Agriculture , Cooperatives , Orientation Guide

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO.....	11
PROBLEMA	14
JUSTIFICATIVA	15
OBJETIVOS:.....	15
1.1 Objetivo geral	16
1.2 Objetivos específicos:	16
REFERENCIAL TEÓRICO.....	17
1.3 A insustentabilidade do modelo.....	17
1.4 agricultura familiar e desenvolvimento	17
1.5 Cooperativismo no Brasil	19
1.6 Organizações econômicas da agricultura Familiar (OEAF's)	20
1.7 O Programa Mais Gestão	20
1.8 Informação e comunicação	23
METODOLOGIA.....	25
1.9 Processo de Construção do guia orientador	25
1.9.1 Fase 1- Identificação das demandas das cooperativas.....	25
1.9.2 Fase 2- Sistematização dos Conteúdos.....	25
1.9.3 Fase 3 – Elaboração do guia orientador.....	27
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	29
ANEXOS	Error! Bookmark not defined.

1. APRESENTAÇÃO

Há dez mil anos, a humanidade interage de forma intensificada com relação ao meio ambiente, potencializando ações cooperadas a favor da sobrevivência humana sobre o planeta terra, com evidências de que o planeta pode estar em risco. (BINDA; GAHLEN, 2012).

O uso desordenado da terra e o pensamento que os recursos são inesgotáveis contribuíram para a crise ambiental em que vivemos. A falta de responsabilidade ecológica, sem pensar no período de tempo que a natureza necessita para se recompor, contribuiu para a destruição dos ecossistemas.

Os prejuízos causados por esse uso desenfreado do homem sob o ambiente ficaram silenciados até meados do século XX, quando a partir daí houve o primeiro estalo para a necessidade de preservar o meio em que se vive. O conceito de desenvolvimento que antes era estático, passa a ser dinâmico e multidimensional, promovendo a busca de um novo modelo de desenvolvimento que não compartilha o conceito de que crescimento econômico exige destruição da natureza e degradação ambiental, um desenvolvimento com utilização sustentada dos recursos naturais a fim de garantir segurança ambiental para as presentes e futuras gerações. Essa mudança no paradigma da proteção ambiental acontece paralelamente à outra transformação nas ciências naturais, quando se passa a observar o micro como foco de análise para o macro.

A Constituição Federal de 1988 prevê em seu artigo 225, o meio ambiente como bem de uso comum do povo e essencial à sadia qualidade de vida. Para assegurar a efetividade deste direito, impõe, tanto ao Poder Público como ao cidadão, o dever de preservá-lo e defendê-lo.

As atividades antrópicas possuem oferta potencial sob a qualidade do meio ambiente em escala maior ou menor, requerendo medidas de precaução e ou compensação quando necessárias.

Por excelência, os agricultores são co-responsáveis pela preservação ambiental, em grande medida, uma vez que suas atividades dependem de um ambiente favorável e íntegro. A atividade agropecuária ocorre em total sintonia com os fenômenos ambientais.

Recomenda-se cada vez mais que o desenvolvimento sustentável seja alcançado partindo do conceito abordado pela Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e desenvolvimento criado pelas Nações Unidas (ONU), que diz que desenvolvimento sustentável é o desenvolvimento capaz de suprir as necessidades da geração atual, sem comprometer a capacidade de atender as necessidades das futuras gerações, aliado com as melhores práticas agrícolas para o cumprimento da legislação ambiental e social

A agricultura é uma atividade dependente da natureza. Sem condições adequadas de solo, clima, água, enfim, condições ambientais favoráveis, a base da agricultura deixa de existir.

Aos agricultores familiares, recai uma parcela ainda maior desta co-responsabilidade, devido aos usos múltiplos da terra, além de ser a base do seu lucro é também o espaço de lazer, de integração familiar, turismo, esporte e cultura. Portanto, a agricultura familiar, possui uma relação direta com a natureza e, por isso, os problemas ambientais passam a ser também um problema social e causa de pressões de toda ordem sobre esses agricultores.

Por isso deve-se adaptar o processo produtivo aos ciclos da natureza, para que ela possa ter tempo de se recompor para que a agricultura não seja prejudicada, sabendo que é possível somar mais para processo agrícola caso os processos naturais sejam respeitados.

Individualmente, os agricultores familiares não possuem grande margem de mudança ou alterações nos fenômenos produtivos e consequentemente ambientais. Entretanto, os arranjos sócio-produtivos de cooperativas e associações possuem potencial maior de diálogo com essa temática, uma vez que estão geograficamente e territorialmente situados nos ecossistemas considerados.

Neste sentido, as cooperativas e associações de agricultores familiares podem contribuir decisivamente sobre o tema, formando, qualificando, educando, dialogando. com estes atores e com as problemáticas de produção e sustentabilidade ambiental.

Existem formalmente constituídas cerca de 20 mil organizações da agricultura familiar, espaço profícuo para ações de educação e gestão ambiental que são os objetivos deste trabalho.

A agricultura familiar tem tido reconhecimento enquanto segmento sócio-produtivo merecedor de um ambiente institucional favorável. Isso propiciou, nos últimos anos, o surgimento de diversas políticas públicas voltadas ao incentivo de suas atividades.

O Programa Mais Gestão surge com uma política inovadora, com um sistema de resoluções técnico-gerenciais e tecnológicas dirigidos para a agricultura familiar com o objetivo de fortalecer o associativismo e o desenvolvimento institucional de empreendimentos da agricultura familiar de fomentar o desenvolvimento dos empreendimentos contribuindo para a elevação dos níveis de emprego e renda, além de promover a capacitação para a inovação dos empreendimentos.

No entanto, o Programa Mais Gestão promove práticas voltadas principalmente para a gestão organizacional das cooperativas, sem se atentar de forma que os agricultores incorporem práticas de temáticas fundamentais como a Educação Ambiental.

A Lei nº 9.795/99 que instituiu a Política Nacional de Educação Ambiental (PNEA) reforça a necessidade de capacitar os trabalhadores para atividades de gestão ambiental, visando à melhoria e ao controle efetivo sobre as repercussões do processo produtivo no meio ambiente. A agricultura familiar representa um espaço com grande potencial para a educação ambiental e transformação social, pelo fato dos agricultores terem suas atividades cotidianas ligadas a intimidade com a terra. Intimidade não só econômica, mas também social.

A educação ambiental é como uma ferramenta de interação e diálogo com os agricultores familiares e com os cooperados para construir uma relação de parceria, a qual objetiva a recuperação da capacidade de transformar a realidade da agricultura local. Por isso temos o objetivo de construir um guia orientador que atinja os interesses reais dos produtores participantes do programa Mais Gestão.

2. PROBLEMA

O Programa Mais Gestão está voltada para os problemas técnico – gerencias com foco no processo interno das cooperativas, com isso há uma ausência de informações quanto a educação e sustentabilidade para o público atendido pelo Programa.

3. JUSTIFICATIVA

A importância da agricultura familiar no processo de desenvolvimento rural é inquestionável, tendo em vista na atualidade que os serviços prestados vão muito além da geração de alimentos. Segundo Bonal- Maluf (2009), discute-se hoje a multifuncionalidade da agricultura familiar, e o seu papel nas demais funções que ela traz. Além da geração de alimentos, pode-se listar alguns outros benefícios que acompanham este tipo de produção, produção socialmente equitativos, ambientalmente sustentáveis e que valorizem a diversidade cultural e dos biomas.

O Ministério do Desenvolvimento Agrário- MDA, por meio de suas políticas de incentivo voltadas para a agricultura familiar, tem incentivado a agregação de valor e geração de renda dos agricultores familiares por meio do Programa Mais Gestão, a fim de organizar suas bases produtivas e garantir a melhoria da gestão dos empreendimentos coletivos além de visar inserção dos agricultores familiares nos mercados institucionais.

Assuntos relacionadas à agricultura familiar tem ganhado notoriedade nos últimos anos, esse destaque é atribuído a uma série de fatores, dentre eles destaca-se a grande importância econômica e social, tanto nos aspectos produtivos como no que tange a geração de empregos, a conservação ambiental visto que a agricultura familiar tem uma responsabilidade ambiental maior com relação ao modelo patronal, entre outros. Políticas de incentivo a agricultura familiar são cada vez mais criadas e difundidas nesse campo.

Tendo em vista que os ecólogos costumam usar a palavra sustentável como adjetivo que define um sistema em equilíbrio. É sustentável todo sistema que respeita seus limites, sua capacidade de suporte ou ainda, sua biocapacidade. Neste sentido, o que não é sustentável corre risco iminente de desaparecer.

A atuação do homem no meio ambiente de forma desordenada já aponta para uma grave crise no futuro. Portanto a implementação de projetos informativos aliados a responsabilidade de educar de maneira mais consistente para que produtor incorpore conceitos de sustentabilidade é de extrema importância. No âmbito de organizações coletivas, o desafio é ainda maior, visto que são poucas as iniciativas destinadas à responsabilidade socioambiental dessas.

4. OBJETIVOS:

1.1 OBJETIVO GERAL

O presente estudo pretende elaborar um guia orientador abordando a temática ambiental e produtiva, visando um processo de comunicação claro e objetivo com os produtores organizados em cooperativas e associações de agricultores familiares. Trata-se da elaboração de um material didático (in)formativo reconhecido nas lacunas das ações do Programa Mais Gestão, desenvolvido pelo MDA junto às Organizações Econômicas da Agricultura Familiar (OEAF's) desde o ano de 2012.

1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

Levantar as principais demandas relacionadas à sustentabilidade agropecuária junto às cooperativas e associações;

Realizar uma revisão teórica e prática acerca das principais demandas identificadas;

Elaborar um guia orientador modelo didático e (in)formativo a ser distribuído para os agricultores familiares, ligados às cooperativas atendidas pelo Programa Mais Gestão.

5. REFERENCIAL TEÓRICO

1.3 A INSUSTENTABILIDADE DO MODELO

Segundo Dias (2008), as preocupações com as questões ambientais no nível global começaram a ser discutidas no Pós-Guerra. Período em que o desenvolvimento acelerado em diversas partes do mundo foi acentuado visando exclusivamente o lucro que seria obtido sem pensar nas consequências que estas atitudes poderiam gerar, tendo em vista que os recursos naturais eram tidos como inesgotáveis.

Com a industrialização uma grande quantidade de gases passaram a ser lançados na atmosfera, e a poluição foi se tornando um problema global. Nos últimos 20 anos acentuou-se a preocupação com a preservação do meio ambiente e com a qualidade de vida no planeta. Novos paradigmas foram lançados, trazendo à tona a preocupação com a natureza e a necessidade de preservar - lá.

1.4 AGRICULTURA FAMILIAR E DESENVOLVIMENTO

A discussão sobre a importância e o papel da agricultura familiar no desenvolvimento brasileiro vem ganhando força nos últimos anos, impulsionada pelo debate sobre desenvolvimento sustentável, geração de emprego e renda, segurança alimentar e desenvolvimento local. (BRASIL, 2000)

A agricultura familiar é um setor bastante antigo, sua influência foi reduzida ao longo dos séculos devido ao desenvolvimento tecnológico do próprio setor agropecuário e dos outros setores produtivos da economia (GUILHOTO, AZZONI, ICHIHARA, 2014), mas com o passar do tempo foi se restabelecendo e se modificando. Hoje a agricultura familiar possui um novo conceito, sendo que é reconhecida como representante significativa do desenvolvimento agrícola, além de se enquadrar em um contexto socioeconômico próprio.

O conceito de agricultor familiar estabelecido pela Lei Federal nº 11.326/2006 é:

Art. 3º Para os efeitos desta Lei, considera-se agricultor familiar e empreendedor familiar rural aquele que pratica atividades no meio rural, atendendo, simultaneamente, aos seguintes requisitos:

- I – não detenha, a qualquer título, área maior do que 4 (quatro) módulos fiscais;
- II – utilize predominantemente mão de obra da própria família

nas atividades econômicas do seu estabelecimento ou empreendimento;
 III – tenha renda familiar predominantemente originada de atividades econômicas vinculadas ao próprio estabelecimento ou empreendimento;
 IV – dirija seu estabelecimento ou empreendimento com sua família.
 (BRASIL, 2006).

A lei surge como forma de reconhecimento da categoria, além disso ela auxilia no fortalecimento para a criação de Políticas Públicas voltadas para o público da agricultura familiar.

Segundo dados do Censo Agropecuário de 2006, a agricultura familiar corresponde a 4.367.902 estabelecimentos e 12,3 milhões de pessoas vinculadas. Isso representa 84,4% dos estabelecimentos rurais brasileiros e ocupa 24,3% das áreas agrícolas, respondendo por 74,4% da mão de obra dos estabelecimentos e por parcela significativa dos alimentos que chegam à mesa dos brasileiros.

Portanto, a agricultura familiar é reconhecida como fundamental fonte de produção de alimentos, geração de empregos, além de cumprir as principais funções de caráter social, reduzindo o êxodo rural e, ainda de ser fonte de recursos para as famílias com menor renda. Contribui, também, expressivamente para a geração de riqueza, considerando a economia do setor agropecuário e do próprio país (GUILHOTO et al., 2007).

Para Chayanov (1966), diferentemente do trabalhador assalariado, o camponês é um sujeito criando sua própria existência, sendo que o seu principal objetivo econômico é organizar o ano de trabalho para atender, primeiramente, a demanda da família, e se possível, poupar ou investir capital. Por isso, ele tem a motivação e o dever de preservar o meio em que está estabelecido.

Apesar da falta de políticas públicas a seu favor, a agricultura familiar vem demonstrando ser mais eficiente do que a agricultura patronal. Isto pode ser comprovado pela renda total por hectare, onde a agricultura familiar produz uma média de R\$ 104,00/ha/ano contra R\$ 44,00/ha/ano da agricultura patronal, e também pelo fato da agricultura familiar ser a principal geradora de postos de trabalho no meio rural brasileiro (SOUZA, 2002).

1.5 COOPERATIVISMO NO BRASIL

As práticas cooperativistas não ficaram imunes à estratificação social da sociedade brasileira. Durante boa parte do século XX, foram impulsionadas pelas políticas agrícolas resultando em um desenvolvimento regional desigual entre os diversos segmentos que compõem a agricultura familiar.

Uliana e Gimenes (2008) destacam que, considerando a importância do setor cooperativista agropecuário para a economia brasileira e a responsabilidade social das cooperativas para com os pequenos produtores rurais, é fundamental que a cooperativa disponha de uma gestão para manter os padrões permanentes de crescimento e desenvolvimento dessas sociedades e de seus cooperados.

Embora a finalidade da cooperativa não seja gerar lucro pelo lucro, sua performance precisa estar estruturada de maneira eficaz a fim de gerar resultados positivos que lhe permitam ter sua sobrevivência garantida hoje e estabelecer planos de crescimento sustentado que lhe permitam sobreviver amanhã.

Vale destacar que as cooperativas possuem algumas características básicas que disciplinam seu funcionamento e que as distinguem das demais empresas comerciais. As cooperativas têm como objetivo principal a prestação de serviços aos seus associados, visando o seu desenvolvimento.

A gestão é realizada pelos próprios cooperados, de forma democrática, sendo que cada sócio possui um voto, independentemente do capital investido. Da mesma forma, o quórum para a instalação das assembleias é baseado no número de pessoas e não no capital. A distribuição dos resultados é realizada de acordo com a participação de cada sócio e não com base no capital investido.

Outra característica marcante das cooperativas se refere ao seu aspecto local/regional. Estas organizações estão restritas a uma área de abrangência e sua propriedade é pulverizada em pessoas da região, isto faz com que ela atue como dinamizadora da economia local, já que investe nas necessidades dos seus sócios e distribui resultados (sobras) localmente.

Nesse sentido, Bialoskorski Neto (1998) já argumentava que a principal razão para a existência de estruturas econômicas intermediárias, como as cooperativas, centra-se no fato de que estas possibilitam uma diminuição de riscos e uma agregação de valor para os produtores rurais que, isoladamente, na maioria das vezes, não teriam condições

favoráveis de relacionamento com os mercados concentrados. Assim, as cooperativas têm se consolidado como um agente expressivo nas mais diversas cadeias agroindustriais.

1.6 ORGANIZAÇÕES ECONÔMICAS DA AGRICULTURA FAMILIAR (OEAF'S)

A agricultura familiar é um exemplo de agrupamento onde sua classificação se transformou ao longo do tempo, sendo ainda um tema controverso, principalmente devido à diversidade que se insere dentro deste grupo. Diante disso, é importante então, propor uma definição de organização econômica da agricultura familiar que contemple tal diversidade reconhecida em território nacional

A gestão para OEAF denota peculiaridades características do próprio tipo de organização e por serem distintas das organizações urbanas, em sua gestão se devem utilizar técnicas de administração (gestão), que evidenciem os atores tomadores de gestão, dentro de uma ótica diferenciada, na qual outros elementos, além dos racionais e utilitaristas são considerados (ZANGHERI et al., 2010);

Por isso, as políticas públicas para a agricultura familiar ou organizações econômicas da agricultura familiar (como o Mais Gestão) precisam, necessariamente, ser diferenciadas, mas não apenas isso, precisam também ser compostas por um portfólio variado de opções que contemple o máximo possível diversidade interna da categoria.

1.7 O PROGRAMA MAIS GESTÃO

O Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA) brasileiro tem incentivado a agricultura familiar a organizar sua base produtiva e melhorar a gestão de seus empreendimentos coletivos por meio do Programa Mais Gestão de assistência técnico-gerencial para o acesso de cooperativas da agricultura familiar aos mercados institucionais, sobretudo o Programa de Aquisição de Alimentos (PAA) e o Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE).

O programa foi concebido na ótica de proporcionar o preenchimento de uma lacuna persistente de conhecimento e capacidade técnica em empreendimentos da Agricultura Familiar, nos campos da gestão administrativa e social, da produção e da comercialização.

Trata-se de um esforço que ampara-se na nova lei de Assistência Técnica Extensão Rural - ATER (Lei nº 12.188, em 11 de janeiro de 2010) para conceber a implementação da política além de promover o fortalecimento dos empreendimentos da agricultura familiar por meio da qualificação dos sistemas de gestão e de acesso ao mercado.

O Programa Mais Gestão utiliza a metodologia de Assistência Técnica e Extensão Rural que é baseada em ferramentas de apoio à decisão, visando o aprimoramento das diferentes áreas funcionais das cooperativas: organizacional, comercial, industrial, ambiental, financeira e pessoal. A metodologia compreende etapas de adesão, diagnóstico da cooperativa, construção do Plano de Aprimoramento participativo, implementação e acompanhamento de resultados (BRASIL, 2015).

Desde 2012, o Programa Mais Gestão teve 4 chamadas públicas beneficiando no total 448 cooperativas, 18 Estados e 4 regiões no Brasil, conforme apresentado na tabela 1.

Edital	Total de Cooperativas	Estados Abrangidos
Chamada 04 (2012) PNAE	171	MA, PI, CE, RN, PB, PE, AL, SE, MG, SP, PR e SC
Chamada 06 (2012) Geral	198	RS, RN, PI, PB, GO, MG, SP, PR e SC
Chamada 07 (2012) PNPB	24	CE, PE, SE, BA, MG, GO, MATO GROSSO e MS
Chamada 17 (2013) Geral	55	BA e ES

Tabela 1 – Editais, Quantidade de Cooperativas e Estados Beneficiados.

Fonte: Programa Mais Gestão, Ministério do Desenvolvimento Agrário, 2015.

A comercialização das cooperativas da agricultura familiar destaca-se pela diversidade de produtos que são cultivados ou produzidos, com as cooperativas atendidas pelo Programa Mais Gestão não é diferente, as cooperativas são heterogêneas, englobam desde produtos de artesanato até os produtos de gênero alimentício. Na tabela 2 observa-se que com maior participação encontramos as frutas e derivados com 70,9%, seguida as hortaliças e derivados com 67,2% e grãos e derivados com 52,7%.

Produtos	Brasil		Centro-Oeste		Nordeste		Sudeste		Sul	
	Freq	%	Freq	%	Freq	%	Freq	%	Freq	%
Artesanato	5	1,2	0	0,0	5	1,2	0	0,0	0	0,0
Diversos	17	4,2	4	1,0	4	1,0	1	0,2	8	2,0
Óleos e Gorduras	19	4,7	0	0,0	2	0,5	1	0,2	16	3,9

Pescados	30	7,4	2	0,5	7	1,7	3	0,7	18	4,4
Balas, Caramelos e Similares	36	8,9	0	0,0	9	2,2	0	0,0	27	6,7
Castanhas e Amendoim	49	12,1	1	0,2	11	2,7	5	1,2	32	7,9
Derivados de Cana	81	20,0	8	2,0	4	1,0	14	3,4	55	13,5
Mel e Derivados	90	22,2	3	0,7	21	5,2	16	3,9	50	12,3
Ovo e Derivados	96	23,6	6	1,5	17	4,2	17	4,2	56	13,8
Carnes e Derivados	98	24,1	4	1,0	24	5,9	10	2,5	60	14,8
Farinhas e Panificados	141	34,7	4	1,0	29	7,1	19	4,7	89	21,9
Mandioca e Derivados	169	41,6	12	3,0	46	11,3	47	11,6	64	15,8
Lácteos	171	42,1	19	4,7	26	6,4	22	5,4	104	25,6
Grãos e Derivados	214	52,7	22	5,4	29	7,1	47	11,6	116	28,6
Hortaliças e Derivados	273	67,2	18	4,4	65	16,0	63	15,5	127	31,3
Frutas e Derivados	288	70,9	18	4,4	73	18,0	68	16,7	129	31,8

Nota: 406 cooperativas respondentes.

Tabela 2 – Principais atividades econômicas das cooperativas.

Fonte: Programa Mais Gestão, Ministério do Desenvolvimento Agrário, 2015.

Devido as cooperativas de maior destaque e atendimento pelo Programa serem relacionadas aos seguintes segmentos, mandioca e derivados, lácteos, grãos e derivados, hortaliças e derivados e frutas e derivados. O guia orientador que resulta este trabalho será destinada aos produtores destes segmentos devido ao grande número de cooperativas atendidas.

O programa utiliza a metodologia de aplicação de questionários às cooperativas atendidas a fim de descobrir como se dá o funcionamento destas, além de investigar os pontos fracos e fortes a serem considerados, para que a partir das respostas dos questionários as famílias possam ter um atendimento especializado feito pelas equipes de ATER. Através destes questionários informações a respeito de Gestão Organizacional e Gestão de Pessoas, Finanças e Custos, Comercialização e Marketing, Gestão Industrial e Gestão Ambiental são obtidas.

Ainda há um elemento que reforça a nossa discussão e necessidade da confecção do guia: as ações contidas no questionário do Programa Mais Gestão são quase todas essencialmente focadas nas atividades internas das organizações, sem uma análise

sistêmica e é inexistente a componente inter-relação (entre produtores e produtores, produtores e organizações econômicas e entre as próprias organizações econômicas) faltando assim comunicação e sinergia nos questionários aplicados às cooperativas.

1.8 INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO

Segundo Nassar (2005, p.123), uma comunicação eficaz é aquela que é pensada e operada como um processo, no qual o comunicador não é mero informador, mas educador.

Bernardi (2006), acredita que educação ambiental é responsável por estimular a curiosidade, o diálogo, a produção, a ética, a pesquisa e o comprometimento, além de proporcionar uma leitura diversificada e crítica sobre o que é meio ambiente, desequilíbrio ecológico, consumo e importância da conservação do planeta.

A comunicação é um processo que tem como objetivo a circulação e a troca de experiências, emoções, informações e conhecimentos. Um bom comunicador é aquele que transmite sua mensagem com clareza e objetividade.

Partindo do pressuposto que a educação é o mecanismo possível de transformar uma sociedade em geral e para alcançar a meta do desenvolvimento sustentável as informações referentes a conscientização ambiental devem ser disseminadas para os agricultores familiares, de uma forma que a mensagem seja clara e objetiva.

O guia orientador surge como um instrumento educativo, informativo e consultivo para os agricultores familiares e cooperativas e, neste sentido, os produtores da agricultura familiar devem receber a informação de maneira clara e objetiva com base no diagnóstico que eles próprios construíram de suas fragilidades e demandas.

O produto deste trabalho promove-se como ferramenta de instrução e disseminação de educação ambiental ligada às práticas de desenvolvimento sustentável para as cooperativas de agricultura familiar. As demandas para o desenvolvimento deste produto foram geradas pelo Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA), a partir do Projeto Mais Gestão. Essa demanda foi apresentada ao decorrer do projeto. Com as visitas das equipes de Assistência Técnica e Extensão Rural (ATER) às cooperativas assistidas, viu-se a necessidade de disseminar informações referentes ao desenvolvimento sustentável, já que o Programa Mais Gestão tem um enfoque muito mais técnico gerencial.

Comprovadamente, os materiais educativos favorecem aspectos como a inclusão, oportunizando interatividade, produção de conhecimento coletivo, acessibilidade, a autoaprendizagem do indivíduo que tem acesso ao conteúdo, além de possibilitar uma grande vantagem tanto pessoal como profissional na atualização contínua, sendo considerada por diversos autores como uma modalidade de ensino-aprendizagem eficaz e de qualidade. (POMMIER; GUEVEL; JOURDAN, 2010).

6. METODOLOGIA

1.9 PROCESSO DE CONSTRUÇÃO DO GUIA ORIENTADOR

1.9.1 Fase 1- Identificação das demandas das cooperativas

Para se ter um guia orientador que atenda as reais necessidades relacionadas a carência de informações ambientais dos agricultores familiares, teve-se o cuidado de identificar junto as cooperativas quais os assuntos que seriam abordados. Para isso, foi elaborada uma lista de iniciativas ambientais.

E a primeira fase do trabalho consistiu na elaboração de uma lista de iniciativas relacionadas as questões ambientais (em anexo), a lista foi produzida a partir da literatura, essa lista tem as principais demandas relacionadas à sustentabilidade e práticas gerenciais ambientalmente adequadas. As informações da lista foram transformadas em um questionário.

O questionário elaborado foi submetida a 90 cooperativas que foram selecionadas aleatoriamente a partir da amostragem principal, para chegar a essa quantidade de cooperativas, os dados foram manuseados no programa Excel. Para a escolha das 90, as 448 cooperativas atendidas pelo programa foram submetidas e a partir da ferramenta de aleatoriedade apenas 90 foram selecionadas a partir da escolha do programa. O que equivalem a 22% do total das cooperativas atendidas, a fim de investigar as reais demandas dos cooperados.

A proposta consistiu em submeter aos cooperados a escolha das ideias que melhor se adequassem à realidade das cooperativas em questão, pois as informações devem ser simples e acessíveis ao público alvo. A seleção buscou retratar as cooperativas atendidas pelo Programa que são de setores diversos.

A coleta de dados foi feita no mês de setembro de 2015. Para realizar a coleta, foram feitos contatos telefônicos e mensagens eletrônicas, a fim de obter as respostas referentes às demandas relacionadas aos conteúdos do guia orientador. O acompanhamento sistemático garantiu a totalidade das respostas.

1.9.2 Fase 2- Sistematização dos Conteúdos

Na etapa seguinte de sistematização deste conteúdo, foi realizada uma revisão da literatura para garantir a fundamentação científica, pois isto é condição essencial para

preservar a segurança do leitor e definir apropriadamente os conceitos constantes em um material educativo (ECHER, 2005). A partir das demandas selecionadas pelas 90 cooperativas foram criados grupos de apoio intelectual para garantir a veracidade e segurança dos dados. Estes grupos foram compostos por profissionais das áreas relacionadas aos temas abordados.

Nesta fase, selecionou-se os temas mais citados pelos entrevistados para a revisão e aprofundamento teórico. Da mesma forma, foram verificadas as aderências dos temas aos propósitos do trabalho, ou seja, a construção de um guia educativo.

Um guia orientador deve ser de preferência um trabalho coletivo e multidisciplinar, para garantir diferentes abordagens e conteúdo significativo ao leitor.

Todo o processo de construção do guia orientador foi permeado pela atenção voltada a adequação da linguagem. Teve-se o cuidado de transformar a linguagem formal da academia para uma linguagem acessível aos produtores rurais, no sentido de facilitar a compreensão.

A partir dos resultados analisados escolheu-se três temas, marketing ambiental para cooperativas de agricultura familiar, produção orgânica e água e solo: uso e conservação

A perspectiva de que os recursos naturais são esgotáveis e que as cooperativas tem um papel fundamental no uso dos recursos de forma sustentável é tema central do guia orientador. A lógica adotada para garantir que o guia cumpra seu papel de educador no processo de construção do conhecimento e promova a ação esperada foi de construir uma linha de raciocínio que permitisse fomentar nos gestores e cooperados um comportamento ambientalmente adequado.

Neste sentido, trabalhamos as questões ambientais para cooperativas da agricultura familiar, sendo que o principal aspecto da discussão é contribuir com que as cooperativas adotem a ideia de fazer marketing ambiental visando a preservação e conservação de água e solo além da produção orgânica, de modo que essas práticas sejam adotadas de forma integrada pois as cooperativas podem influenciar os produtores a adotarem essas práticas com eficácia.

Para abordar o tema de marketing ambiental, os principais conceitos utilizados foram a agregação de valor, a preservação ambiental, os produtos ecologicamente corretos e as práticas sustentáveis como diferenciais para as cooperativas se inserirem nos mercados.

Com relação a produção orgânica pode-se destacar a importância da sinergia dos agricultores familiares para maximizar os ganhos na produção, reforçando a importância da coletividade para que todos tenham uma produção sustentável.

Com o tema água e solo, uso e conservação, foi exposto o porquê preservar e como fazer, já que estes recursos são fundamentais nas propriedades rurais, além disso foi abordado a territorialidade como forma de se ter responsabilidade com a região, e como as ações coletivas são benéficas para os cooperados.

1.9.3 Fase 3 – Elaboração do guia orientador

O guia orientador foi construído, partindo de referências existentes em outras publicações semelhantes, com apelo gráfico e recursos linguísticos capazes de fornecer uma aproximação com o público alvo. As fases deste processo foram as seguintes:

3.1 Seleção das Ilustrações

Com a finalidade de tornar o material mais didático e descontraído, optou-se por colocar algumas ilustrações. Definiu-se que seriam criadas ilustrações que assemelhasse com o tema em questão para trazer mais realidade e facilidade na compreensão dos textos.

3.2 A Composição do guia orientador

Na etapa da composição do guia orientador, o profissional da área gráfica foi acionado para realizar o trabalho de edição do material. Os conteúdos compostos no guia foram entregues ao profissional para que o material fosse criado.

3.3 Critérios Editoriais Utilizados

Para a edição do guia, os critérios adotados pelo profissional da área gráfica, visou a facilitação da leitura e a simplificação do visual de seu conteúdo.

Adotamos alguns critérios para evitar a infantilização e adoção de caráter simplório para o projeto. Para isso o guia orientador teria que ter uma boa aparência a fim de estimular a leitura por parte das cooperativas.

Nesse sentido, alguns programas foram utilizados para a configuração do guia orientador, os gráficos e imagens foram desenvolvidos no Adobe Ilustrador e a diagramação no Adobe Indesign, ambos na versão CS6.

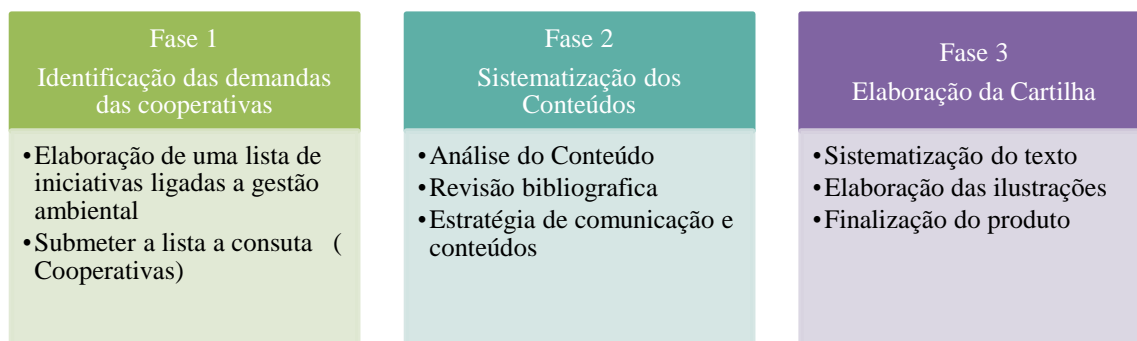


Figura 1- Fases para Elaboração do guia orientador

Fonte: Produzido pela autora

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A experiência da construção deste material educativo, foi realizado mediante um processo de sistematização de conteúdos a fim de garantir uma linguagem acessível ao público alvo.

O desenvolvimento do trabalho com profissionais das áreas de conhecimento, possibilitou a troca de experiências, saberes muito construtivos e intensos aprendizados no que diz respeito aos processos de elaboração do material.

Ressalta-se também a importância deste guia orientador, em decorrência do seu conteúdo ser contribuinte para o entendimento das cooperativas sobre a importância da conservação e uso dos recursos naturais e consequentemente da biodiversidade. Visando não só os ganhos econômicos mas também o bem estar e a disponibilidade para as presentes e futuras gerações.

Buscou-se com a criação deste guia orientador promover o desenvolvimento sustentável dentro das cooperativas a fim de garantir uma melhor e maior qualidade de vida para os cooperados. Destinou-se a ser um recurso amplamente utilizado pelas cooperativas atendidas pelo Programa Mais Gestão, este será um objetivo que se propõe a alcançar.

8. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABRAMOVAY, Ricardo. **Paradigmas do capitalismo agrário em questão**. São Paulo: HUCITEC/ANPOCS/UNICAMP, 1992.

BERNADI, Marcela Galvão. **Educomunicação: uma Proposta para a Educação Ambiental**. Curitiba: 2007. Disponível em: < http://serv01.informacao.andi.org.br/-79c2f01_115d80a527a_-7fe3.pdf >. Acesso em: 16 set. 2015.

BIALOSKORSKI NETO, S. **Governança e perspectivas do cooperativismo**. I Workshop Internacional de Tendências do Cooperativismo, PENSA/FUNDACE/FEARP-USP. Ribeirão Preto. Anais... 1998.

BINDA, Nilson; GAHLEN, Ivaldo. **Construção de sustentabilidade em cooperativas agrícolas**. Rio Grande do Sul. Disponível em: <<file:///Users/usuario/Desktop/TCC%202/Bases%20Bibliograficas/GT5-672-422-20120717005730.pdf>> Acesso em: 29 ago. 2015.

BRASIL. **Conservação de solo e água: Terraceamento**. EMATER-MG. Out. 2006 Disponível em: <http://www.emater.mg.gov.br/doc/intranet/upload/RESP_AMBIENTAL%5CFOLDE RS/terraceamento2.pdf> Acesso em: 02 set. 2015

BRASIL. Ministério de Desenvolvimento Agrário (MDA). **Mais Gestão – sobre o Programa**. Disponível em: <<http://www.mda.gov.br/sitemda/secretaria/saf-maisgestao/sobre-o-programa>> Acesso em: 25 jun. 2015.

BRASIL. Lei nº 9.795, de 27 de Abril de 1999. Dispõe sobre a educação ambiental, institui a **Política Nacional de Educação Ambiental**.

BRASIL. Lei nº 11.326, de 24 de julho de 2006. Estabelece as diretrizes para a formulação da Política Nacional da Agricultura Familiar e Empreendimentos Familiares Rurais. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 25 jul. 2006.

BRASIL. Lei nº 12.512, de 14 de outubro de 2011. Institui o Programa de Apoio à Conservação Ambiental e o Programa de Fomento às Atividades Produtivas Rurais;

altera as Leis nº 10.696, de 2 de julho de 2003, 10.836, de 9 de janeiro de 2004, e 11.326, de 24 de julho de 2006. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 17 out. 2011.

CAZELLA, Ademir A.; BONNAL, Philippe; MALUF, Renato S. **Agricultura familiar: multifuncionalidade e desenvolvimento territorial no Brasil**, Rio de Janeiro, p. 71-110, 2009. Disponível em:
<<http://wp.ufpel.edu.br/consagro/files/2011/08/CAZELLA-BONNAL-MALUF-Agricultura-Familiar-Multifuncionalidade.pdf>> Acesso em: 25 out. 2015

CHAYANOV, Alexander. The Theory of Peasant Economy. Homewood, Richard Irwin, 1966. apud ABRAMOVAY, Ricardo. **Paradigmas do capitalismo agrário em questão**. São Paulo: HUCITEC/ANPOCS/UNICAMP, 1992

DIAS, Reinaldo. **Gestão Ambiental: responsabilidade social e sustentabilidade**. São Paulo: Atlas, 2008.

ECHER, Isabel Cristina. Elaboração de manuais de orientação para o cuidado em saúde. **Rev.Lat.Am. Enferm**, Local, v.13, n.5, p.754-757, 2005.

GUANZIROLI, Carlos Enrique et al. **Novo Retrato da Agricultura Familiar: o Brasil Redescoberto**. Projeto de Cooperação Técnica: INCRA/FAO, 2000.

GUILHOTO, Joaquim et al. **A importância da agricultura familiar no Brasil e em seus estados**. In: 35º ENCONTRO NACIONAL DE ECONOMIA, 35. 2007, Recife. Anais XXV. Recife: Encontro Nacional de Economia, 2007.

GUILHOTO, Joaquim; AZZONI, Carlos Roberto; ICHIHARA, Silvio Massaru. Contribuição da agricultura e do agronegócio familiar para o PIB do Nordeste. **Revista Econômica do Nordeste**, Local, v. 45, p. 136-152, jun. 2014.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Censo Agropecuário 2006: Brasil, Grandes Regiões e Unidades da Federação**. Rio de Janeiro, 2015.

NASSAR, Paulo. **Política e Comunicação. A comunicação com pensamento**. Comunicação Empresarial: estratégia das organizações vencedoras. São Paulo: Aberje Editorial, 2005. 123 p.

POMMIER, J.; GUEVEL, M. R.; JOURDAN, D. Evaluation of health promotion in schools: a realistic evaluation approach using mixed methods. **BMC Public Health**, v. 10, n. 43, p., 2010.

SMANEOTO, Cecília. A responsabilidade socioambiental e a sustentabilidade como nova fronteira para o cooperativismo agropecuário. Ijuí. Universidade Federal do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul, 2012

SOUZA, Vanilde Ferreira. **Agricultura familiar**: permanência e/ou resistência num bairro rural de Araraquara-SP. Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2002.

ULIANA, C.; GIMENES, R. M. T. **Avaliando o Desempenho Econômico de Cooperativas Agropecuárias a partir do EVA – ECONOMIC VALUE ADDED**: Resultados de uma investigação empírica. 18º Congresso Brasileiro de Contabilidade. Gramado RS. 2008. Disponível em: <<http://www.congressocfc.org.br/hotsite/programacao.html>>

ZANGHERI, Elaine et al. **Gestão Cooperativa**: eficiência empresarial x associação de pessoas. São Paulo: ICA, 2000.

9. ANEXO

Universidade de Brasília- FUP

Aluna: Marília Guimarães

Curso: Gestão Ambiental

Orientador: Mário Lúcio de Ávila

O guia orientador surge como uma ferramenta de interação e diálogo com os agricultores Familiares e cooperados para construir uma relação de parceria, a qual objetiva a recuperação da capacidade de transformar a realidade da agricultura local, a fim de disseminar mais informação e educação. Por isso temos o objetivo de construir um guia orientador que atinja os interesses reais. Através deste questionário gostaríamos de saber as reais necessidades do cooperados acerca de informações relacionadas ao desenvolvimento sustentável.

Assinale as 3 alternativas que de acordo com os cooperados são relevantes para a construção de um guia orientador para distribuição.

QUESTIONÁRIO

1. Água, uso e conservação (aproveitamento da cooperativa, e uso na produção)
()
2. Solo, uso e conservação
()
3. Produção orgânica e agroecológica / certificação
()
4. Legislação ambiental
()
5. Resíduos sólidos- lixo/ embalagens e agrotóxicos
()
6. Resíduos líquidos- tratamento e destino
()
7. Uso de defensivos agrícolas
()
8. Uso e manejo do fogo
()
9. Marketing ambiental (comercialização)
()
10. Questão energética (uso eficiente e fontes alternativas)
()



INICIATIVAS

S U S T E N T Á V E I S

Para cooperativas de Agricultura Familiar

Marília Guimarães de Paiva Soares

Ficha Técnica

Este material foi produzido na Universidade de Brasília Faculdade de Planaltina-DF (FUP) como requisito para a obtenção do título de bacharel em Gestão Ambiental. Este guia orientador é destinado a cooperativas de agricultores familiares participantes do Programa Mais Gestão, fomentado pelo Ministério do Desenvolvimento Agrário. Seu objetivo é a promoção do desenvolvimento sustentável das cooperativas por meio do acesso a informações educativas e qualificadoras relacionadas a marketing ambiental, produção orgânica e água e solo: uso e conservação.

A responsabilidade pelos direitos autorais de textos e imagens desta obra é da autora.

Elaboração e Autoria

Marília Guimarães de Paiva Soares, aluna do curso de Graduação em Gestão Ambiental pela Universidade de Brasília Faculdade de Planaltina-DF. Bolsista de Extensão do Programa Mais Gestão.

Editorial, projeto gráfico e ilustrações

Francisco André Gomes

Coordenação Técnica (Orientador)

Professor Dr. Mário Lúcio de Ávila, Universidade de Brasília, curso de Gestão Ambiental.

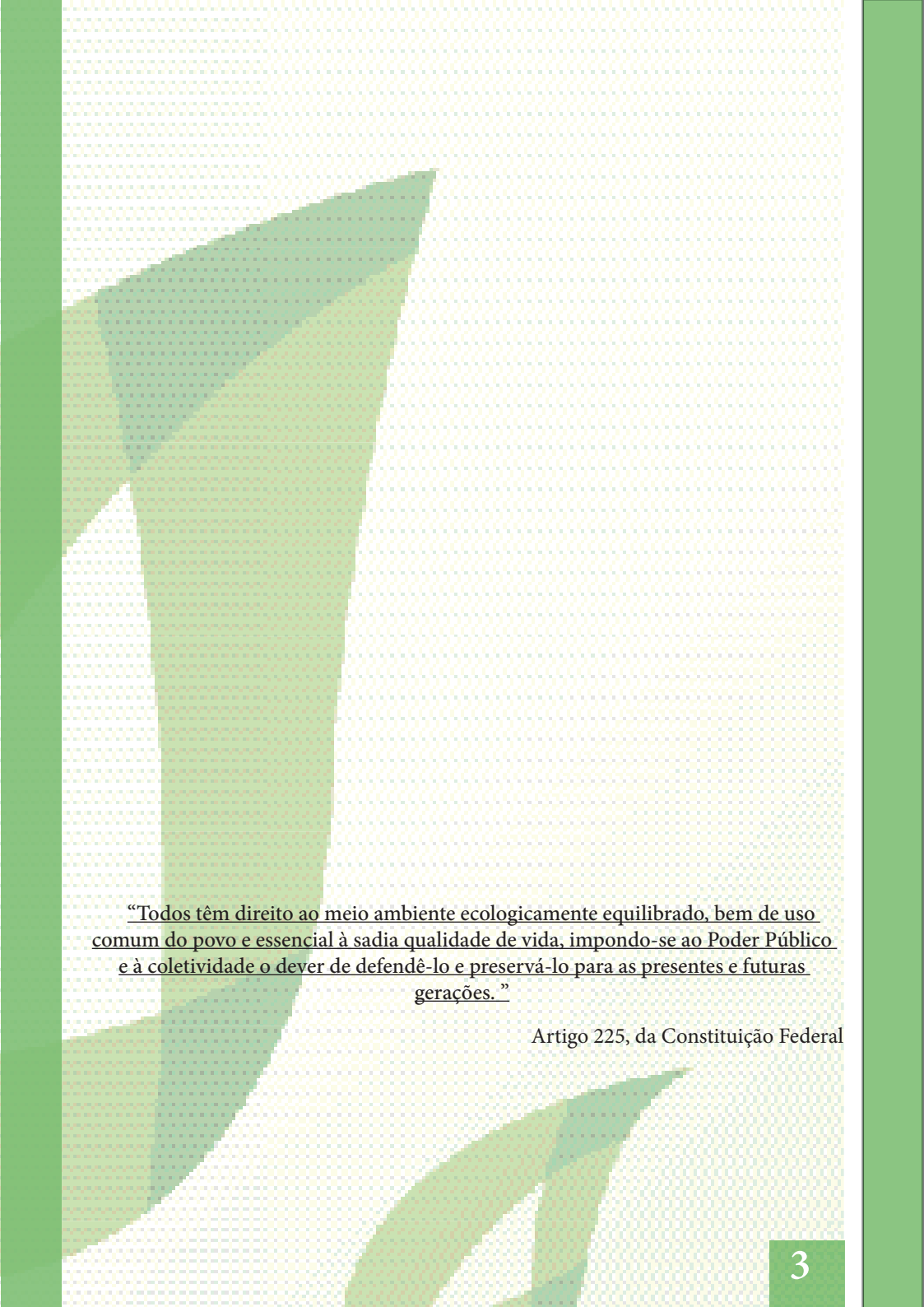
SOARES, Marília Guimarães de Paiva

Iniciativas sustentáveis para cooperativas de agricultores familiares: Guia orientador/ Marília Guimarães de Paiva Soares. Planaltina - DF, 2015. 17 f.

Monografia - Faculdade UnB Planaltina, Universidade de Brasília. Curso de Bacharelado em Gestão Ambiental.

Orientador: Prof. Dr. Mário Lúcio de Ávila

1. Cooperativismo 2. Agricultores familiares 3. Iniciativas sustentáveis. I. Soares, Marília Guimarães de Paiva II. Iniciativas sustentáveis para cooperativas de agricultores familiares: Guia orientador



“Todos têm direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado, bem de uso comum do povo e essencial à sadia qualidade de vida, impondo-se ao Poder Público e à coletividade o dever de defendê-lo e preservá-lo para as presentes e futuras gerações.”

Artigo 225, da Constituição Federal

APRESENTAÇÃO

Os produtores rurais brasileiros da agricultura familiar mostram diariamente sua competência na produção de alimentos. Com a eficiência da nossa agropecuária, o Brasil colhe bons resultados, porém, a natureza não é tratada com o respeito e reconhecimento devido.

Conciliar a produção agrícola com a conservação ambiental não é uma tarefa fácil, entretanto, nos últimos anos, esforços têm sido feitos para mostrar quais as práticas que podem ser adotadas para que as propriedades se adequem aos novos modelos de produção que degradem cada vez menos o meio ambiente. Da mesma forma, as organizações de produtores podem adotar medidas que promovam a responsabilidade ambiental e valorização social de seus produtos e serviços.

Este guia orientador traz ideias para auxiliar as práticas produtivas dos cooperados, ajudando a produzir, respeitando e conservando a natureza de modo integrado, de maneira que os produtores consigam adequar ambientalmente suas propriedades rurais.

A adequação ambiental de propriedades rurais é o conjunto de atividades que visam promover, de forma planejada, a conservação e recuperação do solo, dos recursos hídricos e da vegetação nativa, com a finalidade de garantir a sustentabilidade e melhoria da produtividade agrícola (GUERIN; ISERNHAGEN, 2013).

Na direção de contribuir com os esforços, a Universidade de Brasília colaborou fornecendo informações técnicas e fontes de informações bibliográficas para consulta.

Este trabalho só pôde torna-se realidade devido à parceria com o Programa Mais Gestão. Agradeço as cooperativas participantes que auxiliaram com suas respostas a cerca das reais demandas relacionadas às informações que aqui estão. Certamente esta publicação estará contribuindo para a adoção de práticas sustentáveis em várias regiões do país. Acredito que com este material podemos construir um mundo melhor, mais saudável, justo e respeitoso com os nossos recursos naturais.

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1- MARKETING AMBIENTAL PARA COOPERATIVAS DE AGRICULTURA FAMILIAR.....	7
PILARES DA SUSTENTABILIDADE.....	8
COMO FAZER ISSO?.....	8
MARKETING, MIX ECOLÓGICO.....	9
CAPÍTULO 2- PRODUÇÃO ORGÂNICA.....	11
A BUSCA DA SUSTENTABILIDADE NA AGRICULTURA.....	11
A AGRICULTURA ORGÂNICA.....	11
POR QUE PRODUIR?.....	11
PARA QUEM PRODUIR?.....	12
AS PRINCIPAIS RAZÕES PARA APOSTAR NA PRODUÇÃO ORGÂNICA.....	12
VANTAGENS DA CERTIFICAÇÃO.....	13
CAPÍTULO 3- ÁGUA E SOLO: USO E CONSERVAÇÃO.....	15
COMO OCORRE DEGRADAÇÃO DO SOLO E DA ÁGUA?.....	15
QUAIS OS PRINCIPAIS PROCESSOS DE DEGRADAÇÃO DO SOLO?.....	16
COMO CONSERVAR E USAR DE FORMA COLETIVA E SUSTENTÁVEL?.....	16
INCENTIVOS PARA QUEM AJUDA NA PRESERVAÇÃO AMBIENTAL.....	16
REFERÊNCIAS.....	17

INTRODUÇÃO

Cada vez mais fica clara a necessidade de sistemas de gestão de recursos naturais que promovam, não só o crescimento econômico, mas também que incentivem a redução da degradação ambiental e a melhoria do bem-estar social das comunidades humanas.

Para evitar o esgotamento dos recursos naturais e a degradação do meio ambiente é necessário fazer a gestão eficiente dos bens comuns de modo integrado. Para a resolução deste problema ambiental, são necessárias a cooperação e a organização entre indivíduos e instituições que necessitam utilizar os mesmos recursos, respeitando o tempo de reposição da natureza.

O uso desordenado dos recursos naturais pode prejudicar a todos, sendo que estes recursos são de uso coletivo, logo cabe à coletividade zelar e cultivar os bens de uso comum, sendo que o acesso e uso deles são fundamentais para a qualidade de vida.

Qualidade de vida, pode ser definida como o grau de satisfação atingido pelos indivíduos, no que diz respeito às suas necessidades consideradas fundamentais decorrente da interação entre homem e ambiente.

Como estímulo para adoção de comportamentos ambientalmente favoráveis, instrumentos econômicos podem ser utilizados. Estes instrumentos podem envolver pagamento, compensação ou concessão de benefícios fiscais sendo considerados como uma alternativa para promover a preservação ambiental eficiente em termos econômicos e ambientais.

Neste sentido, o principal aspecto da discussão é contribuir com que as cooperativas adotem a ideia de fazer marketing ambiental visando a preservação e conservação de água e solo além de reforçar a ideia da produção orgânica, de modo que essas práticas sejam adotadas de forma integrada, pois as cooperativas podem influenciar os produtores a adotarem essas práticas com eficácia gerando bons resultados.

**Gestão Ambiental eficiente nas cooperativas:
Melhor para o meio ambiente, melhor para você!**

CAPÍTULO 1- MARKETING AMBIENTAL PARA COOPERATIVAS DE AGRICULTURA FAMILIAR

O marketing surgiu no início do século XX, com o intuito de solucionar problemas com a distribuição e venda dos produtos, o marketing possui uma série de estratégias, técnicas e práticas que tem como objetivo agregar valor ao produto e distribuir ao consumidor.

Com o aumento da consciência ambiental em todo o mundo, novas demandas têm surgido e definido um novo tipo de consumidor. O tema sustentabilidade vem influenciando os critérios de compra dos clientes.

É perceptível a mudança de hábito dos consumidores, visando cada vez mais à qualidade sanitária e nutricional dos alimentos. Além disso, os consumidores estão buscando produtos que causem menos impacto ao meio ambiente, não apenas avaliando preço, prazo e aparência, mas também as práticas socioambientais adotadas no processo de fabricação e comercialização dos produtos, se estes processos prejudicam ou não o meio ambiente, e isso é uma grande vantagem para os produtores que utilizam as práticas agrícolas voltadas para a preservação ambiental, podemos considerar como diferencial de mercado.

As organizações estão, cada vez mais, buscando alternativas para se manterem competitivas no mercado. Atualmente fica evidente que aqueles produtores que cooperam, atuando de forma conjunta no enfrentamento dos mercados tem mais chance de alcançar situações mais vantajosas. Organizados em cooperativas, agricultores têm a chance de competir com grandes empresas além de ter mais facilidade de comercialização dos produtos.

Neste sentido, a adoção de estratégias corretas das cooperativas de produtores de agricultura familiar se torna peça chave para alcançarem o consumidor.

Você sabe quais são os componentes chave do Marketing Ambiental?

01

A diferença do produto

02

Qualidade do produto

03

Produto de origem controlada

04

Agregação de valor

05

Adoção de boas práticas agrícolas

06

Produtos vinculados à imagem de preservação ambiental

07

Formação de grupos organizados para produzir e comercializar

Com o marketing ambiental é possível, orientar, educar, criar desejos e necessidades nos consumidores sempre visando causar um menor impacto ambiental, além de atingir os objetivos de comercialização diferenciada das cooperativas. O esforço deve ser em garantir sustentabilidade para as ações das cooperativas. O resultado se traduz em negócios mais sólidos e maior rentabilidade.

As cooperativas possuem um diferencial que faz com que elas se consolidem no mercado, pois buscam sempre a consciência, o comprometimento mútuo e democrático de todos os envolvidos, promovem benefícios para os parceiros e para o meio ambiente, auxiliando na preservação ambiental e na qualidade dos recursos.

PILARES DA SUSTENTABILIDADE

A teoria dos pilares da sustentabilidade defende o equilíbrio entre o desenvolvimento social, econômico e ambiental. Do ponto de vista socioeconômico é necessário contribuímos para o desenvolvimento do meio em que estamos inseridos, pois é deste que retiramos toda nossa sobrevivência.

Para que uma cooperativa atinja o seu gral de equilíbrio se faz necessário que siga a teoria estabelecida pelos três pilares, como apontado no diagrama abaixo.



As cooperativas que adotam uma postura sustentável possuem o desafio de unir o bem-estar econômico, a equidade social e a proteção ao meio ambiente a partir de ações de longo prazo.

Como fazer isso?

Considerando o aspecto de gestão integrada dos recursos que pode ser entendido como sistema de manejo praticado pelos agricultores visando o aumento da produtividade.

Utilizando práticas conservacionistas no coletivo a fim de garantir a diminuição da degradação ambiental além dos níveis produtivos

As cooperativas da agricultura familiar, por excelência são corresponsáveis por potencializar o desenvolvimento sustentável, partindo do princípio que suas atividades são dependentes do meio ambiente equilibrado e sadio, devidos os usos múltiplos da terra, pois além de ser a base para obtenção do lucro é também espaço de lazer, integração familiar, turismo esporte e cultura.

O marketing deve contribuir para que a cooperativa tenha condições de oferecer produtos e serviços de maneira diferenciada e ter maior valor agregado.

É importante saber que: As cooperativas, por sua origem, já possuem um diferencial competitivo que facilita seu posicionamento no mercado, tendo em vista que promovem desenvolvimento sustentável, promovem a inclusão social, permitem melhor distribuição de renda, potencializam a economia local, garantem segurança alimentar.

Fig 01- Fonte: Elaborado pela autora baseado em Seragini, Lincoln (2014)

Além disso, garantem também segurança ambiental, por assegurar a preservação de recursos naturais (água, solo, biodiversidade) considerados estratégicos no mundo moderno.

Isso é considerado como uma estratégia de valorização (os produtos verdes, ecológicos, orgânicos, agroecológicos, territoriais, com denominação de origem) possuem reconhecimento do mercado consumidor cada dia mais exigente.

E também, a cooperativa precisa atender às exigências dos associados, principalmente pelo fato de estes serem considerados consumidores e fornecedores, por produzirem e também consumirem seus produtos, fazendo disso uma vantagem competitiva da cooperativa em relação aos seus concorrentes por sua privilegiada relação com seus associados.

Esta é a noção de marketing ambiental cooperativo que assumimos como adequado para as cooperativas de agricultores familiares.

A figura ilustra os objetivos do marketing ambiental cooperativo:

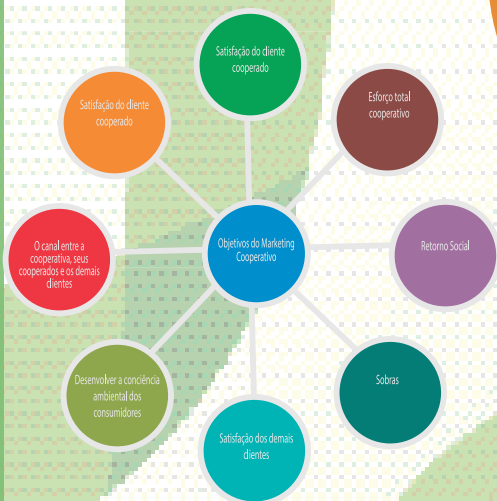


Fig 02 - Fonte: Elaborada pela autora

Marketing, Mix Ecológico.

As ferramentas utilizadas pelo marketing na solução de problemas são muitas. As que se destacam por atender as necessidades e desejos de um público específico são os 4P's: Produto, Preço, Praça e Promoção, ou também conhecido como mix do marketing.

As estratégias que serão desenvolvidas em cada uma das variáveis do mix do marketing devem estar vinculadas aos segmentos alvo das cooperativas. O mix é responsável pela materialização dos objetos desejados e pela concretização da campanha de marketing da cooperativa, além de ser uma forma estratégica de organizar as ações.



Fig 03 - Fonte: Elaborado pela Autora

O conceito de produto é fundamental para o marketing ambiental, pois é ele que constitui os bens e serviços que são oferecidos pelo mercado para satisfazer as necessidades e desejos dos clientes. Um produto será considerado ecológico

quando cumpre as mesmas funções dos produtos equivalentes, mas causando um prejuízo perceptivelmente menor ao longo do seu ciclo de vida.

As cooperativas devem usar esse Marketing ao seu favor, já que este tipo de organização é visto pela sociedade como produtores que incorporam as práticas ambientais em seu produto.

A promoção tem como objetivo comunicar os atributos do produto, principalmente os aspectos positivos com relação ao meio ambiente, além de transmitir a informação da cooperativa que está relacionada com a defesa e preservação dos valores ambientais. Essa promoção é de grande valia para o público que não conhece os fundamentos e objetivos cooperativistas.

A distribuição das mercadorias é outro ponto a ser levado em consideração. De modo geral, deve-se, minimizar o consumo de recursos e a geração de resíduos durante a distribuição do produto e criar um sistema eficiente para os resíduos que podem ser incorporados ao sistema produtivo. A venda direta ou nos mercados de proximidade são importantes na estratégia de diminuir o impacto do transporte no meio ambiente.

Tendo em vista que a lucratividade não é alvo das cooperativas mas sim consequência das ações desenvolvidas, deve-se utilizar a variável preço como um diferencial de mercado.

O preço do produto vai muito além dos valores envolvidos nos seus custos de produção. O valor atribuído reflete nos valores ambientais que o produto possui. O preço influencia bastante na decisão dos consumidores, no entanto nem todo tipo de produto ou mercado reflete essa realidade, isso depende do

valor que o consumidor atribui. Muitos consumidores consideram o valor como fonte representativa de informação a respeito da qualidade do produto, considerando o atributo ecológico como um valor agregado, de qualquer modo deve-se considerar que existe um valor limite aceitável pelo consumidor.

Algumas receitas de sucesso para o marketing das cooperativas devem considerar o atendimento das chamadas Lei de Marketing para o cooperativismo, estabelecido por Rios (1998).

- 
- 01 Divulgar sempre seu símbolo para a comunidade local.
 - 02 Promover seus produtos e serviços no mercado em geral.
 - 03 Participar livremente de concorrências públicas.
 - 04 Estabelecer valores financeiros para seus produtos e serviços conforme as leis de mercado.
 - 05 Firmar parcerias produtivas no mercado que resulte em benefícios para os cooperados.
 - 06 Obter margem de contribuição justa na comercialização de seus produtos e serviços.
 - 07 Criar uma comunicação eficaz com os cooperados e a sua respectiva comunidade.
 - 08 Utilizar com criatividade a mídia moderna, porém selecionando com critério os veículos que tragam retorno à cooperativa.
 - 09 Diversificar seu mix de produtos e serviços visando à sua adequação às necessidades do mercado, mas sem violar a filosofia cooperativista.

Fig 04 - Fonte: Elaborada pela autora

CAPÍTULO 2- PRODUÇÃO ORGÂNICA

A busca da sustentabilidade na agricultura:

Por mais que a agricultura moderna tenha avançado em técnicas que procurem ultrapassar os limites estabelecidos pela natureza, a prática agrícola continua a ser uma atividade essencialmente dependente do meio ambiente. Caso estes limites não sejam respeitados, as consequências são muitas e bastante conhecidas por todos.

Uma vez que os recursos-chave para a produção alimentícia (água, solo, sementes, matéria orgânica, etc.) são renováveis, o que deveria permitir que a agricultura fosse uma atividade altamente sustentável, porém a agricultura moderna tende a torná-la prejudicial ao meio ambiente já que o tempo de renovação não é respeitado.

Devido a intensificação do uso da terra e as consequências geradas a partir destas práticas, em meados do século XX surge uma nova realidade, visto que os recursos naturais estariam desaparecendo, a busca do desenvolvimento sustentável na agricultura, um modelo mais racional, baseado no uso reduzido de insumos agrícolas, baixa dependência tecnológica, uso sustentável dos recursos naturais e o mínimo de impactos adversos ao ambiente.

Além do desaparecimento dos recursos naturais, a busca dos consumidores por uma alimentação mais saudável, visando a conservação do meio ambiente, tem levado produtores e agricultores familiares de diversos segmentos a utilizar métodos de produção alternativa, e em grande medida destaca-se a produção orgânica.

A agricultura orgânica:

A agricultura orgânica pode ser compreendida como uma mudança tecnológica no sentido de racionalizar os recursos naturais, em grande medida o solo e a água. Além de ser um processo produtivo comprometido com a organicidade e sanidade da produção de alimentos vivos para garantir a saúde dos seres humanos.

A agricultura orgânica é uma oportunidade para pequenos e médios produtores de agricultura familiar como uma alternativa à agricultura convencional. As cooperativas tem a oportunidade de se fortalecerem com este mercado, pois elas podem utilizar as certificações em grupo para proporcionar aos produtores um aumento na possibilidade de comercialização além de auxiliar na redução de custos.

É importante saber que: Os mecanismos de certificação participativa e o organismo de controle social aumentam a credibilidade do agricultor familiar e da cooperativa de produtores, em especial de alimentos orgânicos, no momento da comercialização, garantindo aos consumidores a procedência dos produtos.

Por que produzir?

Os ganhos que se pode ter caso adote práticas de produção sustentáveis são diversos, temos como exemplos:

Alimentos Mais Nutrivivos



Não Contém Agrotóxico



Bons Para o Planeta



Conservam o Solo



Fazem Bem Para a Saúde



Qualidade Certificada



Geram Mais Empregos



Conservação da Água



Segurança no Trabalho



Sem Riscos de Envenenamento



Para quem produzir?

As feiras são grandes centros de comercialização de produtos orgânicos, as redes de mercados também têm investido neste segmento devido à alta demanda, os alimentos orgânicos tem ganhado maior destaque nas prateleiras do varejo. Além disso, atualmente os mercados institucionais se preocupam cada vez mais com o desenvolvimento de uma produção sustentável, que alie o crescimento e desenvolvimento da agricultura com a preservação do meio ambiente.

As políticas governamentais de incentivo para quem planta orgânicos são grandes. Para as cooperativas de agricultores familiares, pequenos produtores e agroindústrias, cresceram as oportunidades de mercado.

VALE LEMBRAR: Essa prática permite uma considerável redução de custos ao pequeno produtor, além de agregar grande valor e ser diferencial no mercado. Mas para que todos da cooperativa máxime seus ganhos, a coletividade deve ser exercida, pois se um produtor fizer uso de produtos inadequados, pode contaminar a produção do vizinho.

As principais razões para apostar na produção orgânica

1 – Demanda

Há cada vez mais consumidores interessados em alimentos que unam saúde e preservação do meio ambiente.

2 – Melhor para o ecossistema

O impacto ambiental da produção orgânica é bem menor em relação aquele

causado pela agricultura convencional, pois não utiliza produtos químicos.

3 – Maior valor agregado

O cultivo orgânico esbarra muitas vezes em custos um pouco mais altos. Para contrapor e justificar o valor, o produtor entrega um produto com maior qualidade e valor agregado

4 – Valorização do pequeno produtor

Com esse mercado de nicho, a prática leva renda a pequenos produtores

5 – Demanda no varejo

É uma das categorias de alimentos que mais crescem nas prateleiras dos supermercados, e é preciso ter quem forneça estes produtos.



Fig 06 - Fonte: Elaborada pela autora

Dicas para obtenção da certificação orgânica:

Vantagens da certificação:

- Agregação de Valor (Diferencial no Mercado)
- Novos Mercados

Sem certificação o produtor só poderá comercializar os produtos em feiras e para as compras do governo (merenda e CONAB). Além disso quando o produto é certificado, pode ser vendido em feiras, mas, também, para supermercados, lojas, restaurantes, hotéis, indústrias, internet etc.(MAPA, 2015)

-Diminui a concorrência

A cooperativa não competirá com produtos sem procedência.

- Estimula a melhoria contínua da produção.



Procedimentos para obtenção da certificação orgânica

Tipos de certificação	Características
Certificação por Auditoria	A concessão do selo SisOrg é feita por uma certificadora pública ou privada credenciada no Ministério da Agricultura. O organismo de avaliação da conformidade obedece a procedimentos e critérios reconhecidos internacionalmente, além dos requisitos técnicos estabelecidos pela legislação brasileira”.
Sistema Participativo de Garantia (SPG)	Caracteriza-se pela responsabilidade coletiva dos membros do sistema, que podem ser produtores, consumidores, técnicos e demais interessados. Para estar legal, um SPG tem que possuir um Organismo Participativo de Avaliação da Conformidade (Opac) legalmente constituído, que responderá pela emissão do SisOrg.”
Controle Social na Venda Direta	A legislação brasileira abriu uma exceção na obrigatoriedade de certificação dos produtos orgânicos para a agricultura familiar. Exige-se, porém, o credenciamento numa organização de controle social cadastrado em órgão fiscalizador oficial. Com isso, os agricultores familiares passam a fazer parte do Cadastro Nacional de Produtores Orgânicos.”

Fonte: <http://www.organicshet.com.br/certificacao/manual-certificacao/>

As inspeções devem ser tanto programadas (com o conhecimento do produtor) quanto aleatórias (sem o seu conhecimento prévio). O produtor deve apresentar um plano de produção para a certificadora e manter registros atualizados de uma série de informações, como a origem dos insumos adquiridos, a sua aplicação e o volume produzido

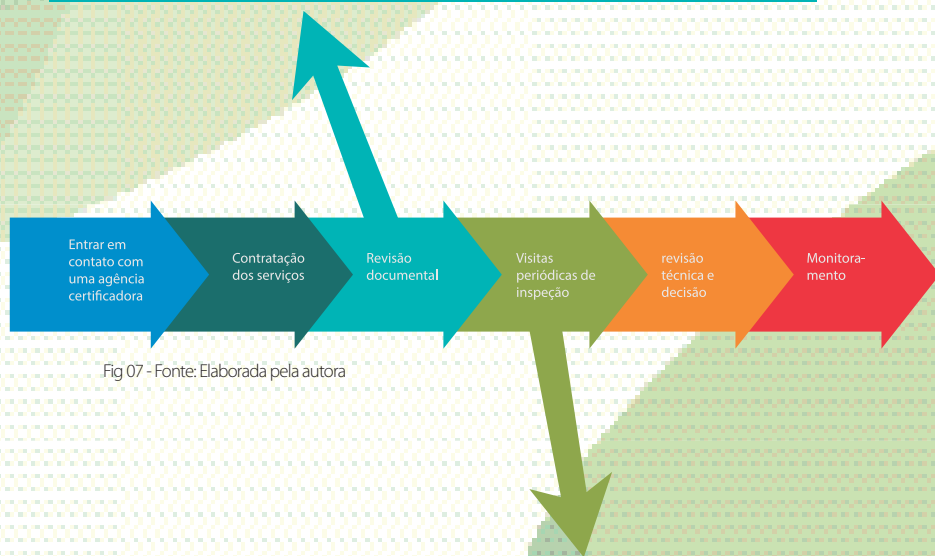


Fig 07 - Fonte: Elaborada pela autora

Após a visita, o inspetor elabora um relatório no qual são indicadas as práticas culturais e de criação observadas, o que permite detectar possíveis irregularidades com relação às normas de produção estabelecidas. Estes relatórios são encaminhados ao Departamento Técnico ou ao Conselho de Certificação da certificadora, que delibera sobre a concessão do certificado que habilita o produtor, processador ou distribuidor a utilizar o selo



CAPÍTULO 3- ÁGUA E SOLO: USO E CONSERVAÇÃO

Quando falamos de conservação dos recursos hídricos, temos que, necessariamente falar da conservação dos solos.

É importante saber que: Existe uma relação direta entre esses recursos. Devemos ter a consciência de que qualquer ação que fizermos no solo resultará mais cedo ou mais tarde em um efeito positivo ou negativo na qualidade e quantidade dos recursos hídricos.

O solo é responsável por filtrar e absorver a água da chuva, proporcionando ao lençol freático o armazenamento deste recurso. Com o tempo esta água é liberada para os corpos d'água. Mas para que este ciclo aconteça é necessário fazer a manutenção adequada dos solos, através de coberturas de superfície. Entende-se então que, se apenas protegermos as nascentes, mas não cuidarmos do solo não permitiremos que a água infiltre e complete o ciclo.

Como ocorre a degradação do solo e da água?

A degradação dos solos pode ser compreendida como a perda da qualidade de suas propriedades químicas, físicas e biológicas e tem como principais causas o desmatamento, a erosão e a utilização acima da capacidade.

As alterações no equilíbrio hidrológico são consequências de desmatamentos, das mudanças de uso no solo e cobertura vegetal, da exploração excessiva dos aquíferos, entre outras ações.

Desta forma podemos ver a relação direta da conservação e uso destes dois recursos naturais

O planejamento de uso da terra e a adoção de tecnologias sustentáveis e adaptáveis à realidade local, são instrumentos para prevenir e reverter os impactos negativos decorrentes de uma atividade agropecuária feita de forma inadequada.

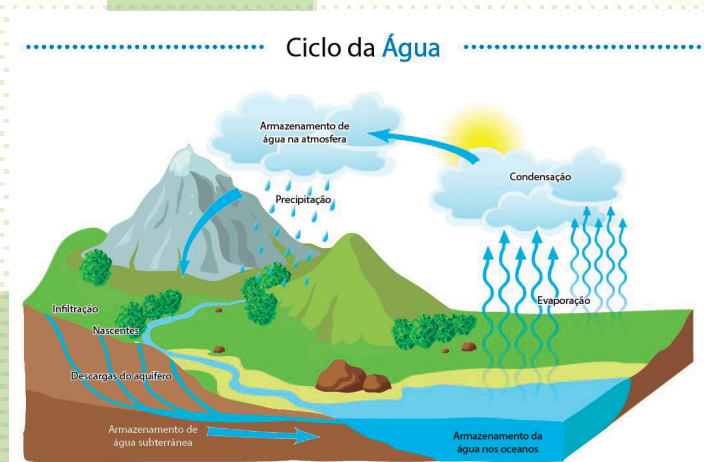


Fig. 08 - Fonte: Revista Ecológica, março de 2015

Quais os principais processos de degradação do Solo?

Compactação
Erosão
Voçorocas
Salinização

Como conservar e usar de forma coletiva e sustentável?

Segundo dados do IBGE (2007) os motivos para a não utilização das técnicas conservacionistas de cultivo são:



Fig 09 - Fonte: Elaborada pela autora

As cooperativas devem auxiliar e incentivar os cooperados na adoção das práticas conservacionistas, pois as práticas são adotadas ao nível do produtor, mas existe um reflexo sob a cooperativa. Quanto mais o produtor tiver um ambiente favorável para plantio maior será sua produção e maior será a lucratividade da cooperativa já que os produtos são comercializados através das cooperativas.

Vale lembrar também que, utilizar tais práticas de forma integrada promove maior sinergia e melhores resultados, dessa forma podemos ver a importância da

cooperação entre os agricultores familiares com relação ao cuidado do ambiente.

Existem ainda práticas conservacionistas que visam o uso e a conservação dos solos e da água. Dentre as práticas podemos considerar o terraceamento, adubação verde, a manutenção da cobertura do solo, incremento de matéria orgânica, cuidado no uso de agroquímicos, incremento de atividade microbiana e conservação de nascentes, plantio direto.

O que faz com que um bem seja comum é o indispensável compartilhamento e o necessário cuidado

Incentivos para quem ajuda na preservação ambiental.

Existem práticas de incentivo que tendem agregar mais utilizadores das práticas conservacionistas. O pagamento por serviços ambientais é uma delas. Os instrumentos econômicos podem envolver pagamento, compensação ou concessão de benefícios fiscais sendo considerados como uma alternativa de estimular a preservação ambiental eficiente em termos econômicos e ambientais.

Por exemplo, a cooperativa pode oferecer mais vantagens ou melhor remuneração para aqueles produtores que promovam menor impacto ambiental para sua produção. Ou ainda, pagar mais por um produto que seja comprovado como original de um grupo de produtores que conservam uma determinada nascente ou curso d'água.

Por sua vez, a cooperativa precisa demonstrar aos cooperados a importância das ações coletivas, com efeitos sinérgicos e potencializados.

Juntos podemos mais!

Referências:

BRASIL. Regularização da produção orgânica. Disponível em: <<http://www.agricultura.gov.br/desenvolvimento-sustentavel/organicos/regularizacao-producao-organica>> Acesso em: 10 out. 2015.

GUERIN, Natalia; ISERNHAGEN, Ingo. Plantar, criar e conservar: unindo produtividade e meio ambiente. São Paulo: Instituto Socioambiental, 2013.

ISTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA ESTATÍSTICA (IBGE). Censo Agropecuário 2006: resultados preliminares. Rio de Janeiro: IBGE, 2007. 146p.

KOTLER, Philip. Administração de Marketing. 10.ed. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

RIOS, Luis Oliveira. Cooperativas brasileiras: manual de sobrevivência & crescimento sustentável: 10 lições práticas para as cooperativas serem bem-sucedidas em mercados globalizados. São Paulo: Editora STS, 1998.

SERAGIN, Lincol. Como construir futuro através da humanização das marcas. Disponível em: <<http://onegociodovarejo.com.br/branding-humano/>>. Acesso em: 01 out. 2015.